

АНО «Центр изучения гражданских инициатив»

Молодежный алкоголизм: реалии и прогнозы.

*История алкоголизации: польза или вред?
Результаты социологического исследования*

Тюмень – 2009 г.

Раздел. 1 История алкоголизации: польза или вред?

Актуальность темы молодежного алкоголизма вызвана тем, что в наше время эта проблема выросла до масштабов эпидемии. Алкоголизм - это болезнь личности, хроническое, прогрессирующее заболевание. Если его не лечить, оно ведет к расстройству психики, к физической несостоятельности и преждевременной смерти. Алкогольная культура, а именно алкогольные привычки и традиции общества оказывают существенное влияние на стереотипы употребления алкогольных напитков молодого человека.

Традиции и социальные нормы - это неписанные законы, которые особенно трудно изменить. Следовательно, алкогольные проблемы передаются следующим поколениям. Одной из самых острых проблем современного общества является приверженность большого числа молодых людей к злоупотреблению спиртными напитками. Особенно тревожит тот факт, что средний возраст приверженцев алкоголя постоянно снижается. Несмотря на высокий уровень информированности и образованности, распитие спиртных напитков все же является популярным времяпрепровождением среди молодежи. С данной проблемой должно бороться не только общество, но и каждый человек. Главный борец с алкоголем сидит в каждом из нас.

Мы должны признать, что алкоголь стал слишком заметным явлением нашей жизни, и его влияние в большей степени негативно. Некоторые аналитики наркологических служб считают, что у нас в стране 37 - 42 млн. алкоголиков. Это практически все взрослое население. В это сложно поверить, но, с другой стороны, если 90% взрослых регулярно употребляют алкоголь, то можно ли всех их считать алкоголиками? И где та грань, за которой простое питье превращается уже в болезнь? Грань эта довольно нечеткая, зыбкая. Одни пьют каждый день и выглядят трезвыми, другие – раз в неделю и напиваются. Вспомните пресловутую бутылку на троих, которая была критерием пьянства в советские годы. Сегодня и три бутылки на троих – вроде бы обычное явление. Пить в стране стали больше, и, что особенно угнетает, развивается женский и подростковый алкоголизм.

У нас атрофировался страх к алкоголю и повысился уровень толерантности. Говорят, что Россия пьет и все еще никак «спиться не может». Более того, водка уже «не берет за душу» и почти не снимает стрессы. Так зачем пить? И многие люди сознательно отказываются от употребления алкоголя, приобщаются к здоровому образу жизни, который входит в моду. Это вполне закономерное явление. Появляется поколение «Next», которое предпочитает информационные технологии, экстремальный спорт, интеллектуальные игры. Если хочется впрыснуть в кровь адреналин, то лучше заниматься спортом, а не спиртом. Но эта здоровая когорта пока далеко не доминирует, а только служит показательным примером. Во всероссийском масштабе идет массовая алкоголизация населения и особенно самой молодой ее части.

Известно, что Россия славится как самая пьющая страна. По последним данным – до 18-ти литров чистого спирта на душу населения. Водка сегодня доступна всем. И ассортимент в продаже ее огромен. Каждый может назвать несколько десятков марок, брендов, уже полюбившимся россиянам. Водочные бароны проникли в самую сердцевину смотрительных русских телесериалов. То там, то тут появляются бутылки с демонстративно яркой, якобы случайно попавшей в поле зрения телеоператора, наклейкой. Телезрители тут же напрягаются – а что там пьют наши герои? Ничего не скажешь, изобретательность пиарщиков алкогольной продукции вне конкуренции. И все это предлагается молодому поколению под видом ласково умиротворяющей «капли абсента». Однако, не водка и не абсент медленно убивает нашу молодежь, а, казалось бы, невинное слабоалкоголь-

ное пиво. Разнузданная, широкомасштабная и прямо скажем, талантливая реклама пива добила все-таки наши мозги. С экранов телевизоров оно льется, как золотой водопад – чудное, сверкающее, пузырящееся, холодное и нежное. Ну, как тут устоять! Информация с телеэкранов воспринимается зрителями как некий установочный код. Если дают рекламу, значит, пиво – не наркотик, он - не зло и не опасно. Нет же рекламы сигарет и водки, хотя они и продаются повсеместно в огромном ассортименте. Пиво – легально. И реклама изощряется, как может. Производители водки содействуют и финансово поддерживают рекламу пива, так как она опосредованно влияет на потребление алкоголя вообще – «разжигает губу». Взрослым мужчинам это выражение понятно. Но большому дяде спиться от пива действительно сложно. Другое дело – подросток, фактически ребенок. Много ли ему надо?

По результатам социологического опроса среди населения Тюмени (2008-2009 г.г.), среди болевых точек на первом месте обнаружили «пивной алкоголизм» среди детей, подростков, молодежи. Эта проблема волнует людей больше всего. И не напрасно. Даже наркомания отошла на задний план, так как пиво пьют фактически все подростки. Объем потребления в среднем от трех до восьми банок в день, то есть от полутора литров и больше. В летний сезон почти каждый день. Некоторые группы подростков упиваются пивом, потребляя до 3-х литров ежедневно. Это уже катастрофа. Во-первых, пиво стоит не дешево. Ежедневно на него уходит от ста до двухсот рублей. Плюс сигареты. Итого триста рублей. Арифметика проста: в месяц набегает до 10-ти тысяч рублей (при ежедневном потреблении), к чему все и идет. И эти деньги помаленьку, как бы на карманные расходы, вымечаются из карманов родителей. Вот вам и причина неоплаты услуг ЖКХ и низкого уровня качества жизни. Подростки, пьющие пиво, мало едят. Во-первых, денег на еду не хватает, во-вторых, пиво само по себе калорийно, в-третьих – так будет больше «кайфа». Еда же почти полностью снимает то ощущение расслабленности и «зависания» в прострации, к которому стремятся юные алкоголики. При питье на голодный желудок зависимость наступает очень быстро.

Психологи отмечают, что в подростковой и молодежной среде существует так называемая социальная зависимость, формирующая поведенческую схему, привычки, традиции молодежной субкультуры. Групповой ритуал питья пива. Поскольку это как бы не запрещено, юноши и девушки делают это открыто, даже демонстративно. Они хотят быть взрослыми. Это своеобразный вызов обществу. Однако, взрослые ведут себя куда более скромно и пьют дома. Что можно сказать о женщине, которая идет по улице и сосет бутылку пива прямо из горлышка? Алкоголичка. Если же она сидит в кафе и культурно потягивает его из красивого большого бокала, медленно, не торопясь, общаясь с подругой, то это уже совсем другая картина, хотя выпито одинаково. Здесь важна культура питья. Женщины не пьют пиво на улице, а вот девушки – пьют. Банка или бутылка пива в руке девушки стала частым атрибутом на массовых молодежных тусовках, как, сотовый телефон - дополнением к имиджу.

Молодежи нужны места для массовых тусовок. Они собираются на площадях, скверах, стадионах, когда приезжают рок-группы. Пьют пиво. Поведение становится вялым, как у перегревшихся на солнце растений. Подростки обнимаются, руки слабые, скользят вдоль туловищ, лица с выражением туповатой эйфории, глаза видят мир сквозь черные очки. Хохочут. Смех отражает суть внутреннего бытия. Это сродни наркотическому состоянию. Наркологи утверждают, что состояние эйфории, полученное от пива, сродни слабому уколу героина. Пиво – прямой путь к героину, утверждают они. Не водка, не вино, а именно пиво. У него есть такая особенность. Самое страшное, что от пива никому ничего не хочется делать, - только «балдеть», зависать. Пивной алкоголизм полностью уничтожает

потребности к действию, творчеству, движению вперед. Работать после пива, хоть дома, хоть на даче, учить, читать, напрягать мозги очень трудно, почти невозможно. Лень одолевает весь организм. И еще, о чем мало говорят: пиво замещает секс, быстро приводит к импотенции. Особенно это важно для молодых людей. Пиво убивает либидо, желание расплывается, исчезает. Концентрация энергии в половом центре снижается. Первоначально возможен даже обратный эффект, но потом наступает зависимость либидо от пивного алкоголя.

Почему мы говорим об этом? Слово имеет большую силу. А вдруг кто-то задумается, даже один человек, расскажет другому. Обозначение проблемы – первый путь к ее ликвидации. Девушки более сознательны, они хотят завести семью, родить ребенка. Пиво - напиток не только вредный, но и полезный. Даже во время беременности врачи рекомендуют пить безалкогольное пиво, так как там содержатся дрожжи, солод, микроэлементы, живая биофлора, необходимая организму. Но пивной алкоголизм, демонстрируемый девушками, даже если его еще и нет, не способствует выбору их в жены. С такими подружками юноши будут только играть, хулиганить, но жениться? Вряд ли. Пиво затягивает молодое поколение в свою воронку. И, что самое неприятное, так это откровенное безобразие, когда после праздников и больших сходов молодежи на площадях остаются бутылки, банки и окурки в три слоя прямо на асфальте, газонах, клумбах. Бес попутал наших юных сограждан. Никакой культуры и никакой ответственности. Разве такое мылимо? Остается ответить на вопрос: кто виноват, и что делать?

Результаты мониторингов среди населения города и области говорят сами за себя: надо убрать рекламу пива с телевидения и ужесточить контроль продажи пива несовершеннолетним ребятам. И еще - ввести штрафы за публичное распитие пива и разбрасывание бутылок и банок прямо на улицах. Такое безобразное массовое питание безнравственно и опасно. Если все общество будет реагировать, а не сидеть, равнодушно взирая на спивающуюся молодежь, то это сработает.

Запретить пить пиво абсурдно. В умеренных дозах это действительно хороший напиток. Только относиться к нему надо как к напитку, пищевому продукту. Пить умеренно и культурно и - только взрослым, физически окрепшим людям. От пива легко перейти к водке, или к наркотикам. Пиво – это не источник кайфа, вот что главное. А его сделали именно таким источником, благодаря рекламе.

Власть по-разному борется с алкоголизмом населения. И есть примеры разумного подхода. 9 мая в Тюмени запрещена розничная продажа спиртных напитков и пива. Губернатор области В.В.Якушев подписал соответствующее распоряжение И действительно, с 8-ми до 20-ти часов торговля спиртными напитками в центральной части города была фактически прекращена. И ничего, никто не умер и даже не возмущался. Шествие прошло спокойно, без сосущей пиво молодежи и мусора, сопровождающего этот процесс. Все было достойно. Но вечером, кто хотел, утолил жажду. Главное, надо знать время и место, где пить и сколько.

История алкоголя уходит далеко вглубь веков. Похититель рассудка - так именуют алкоголь с давних времен. Чистый спирт начали получать в 6-7 веках арабы и называли его «алкоголь», что означает «одурманивающий». Первую бутылку водки изготовил араб Рагез в 860 году. Перегонка вина для получения спирта резко усугубила пьянство. Не исключено, что именно это послужило поводом для запрета употребления спиртных напитков основоположником ислама (мусульманской религии) Мухаммедом (Магомед, 570-632). Этот запрет вошел впоследствии и в свод мусульманских законов – Коран (7 век). С тех пор на протяжении 12 столетий в мусульманских странах алкоголь не употребляли, а отступники этого закона (пьяницы) жестоко карались. Но даже в странах Азии, где потребление вина запрещалось религией (Кораном), культ вина все же процветал

и воспевался в стихах. В средневековье в Западной Европе также научились получать крепкие спиртные напитки путем возгонки вина и других бродящих сахаристых жидкостей. Согласно легенде, впервые эту операцию совершил итальянский монах алхимик Валентиус. Испробовав вновь полученный продукт и придя в состояние сильного алкогольного опьянения алхимик заявил, что он открыл чудодейственный эликсир, делающий старца молодым, утомленного бодрым, тоскующего веселым. С тех пор крепкие алкогольные напитки быстро распространились по странам мира, прежде всего за счет постоянно растущего промышленного производства алкоголя из дешевого сырья (картофеля, отходов сахарного производства и т.п.). Алкоголь настолько быстро вошел в быт, что практически ни один художник, писатель или поэт не обходил эту тему. Таковы картины пьянства на полотнах старых голландских, итальянских, испанских и немецких художников. Злую силу алкоголизма понимали многие передовые люди своего времени. Известный религиозный реформатор тех лет Мартин Лютер писал: «Каждая страна должна иметь своего дьявола, наш немецкий дьявол - добрая бочка вина».

Распространение пьянства на Руси связано с политикой господствующих классов. Было даже создано мнение, что пьянство является якобы старинной традицией русского народа. При этом ссылались на слова летописи: «Веселие на Руси - есть пити». Но это клевета на русскую нацию. Русский историк и этнограф, знаток обычаев и нравов народа, профессор Н.И. Костомаров полностью опроверг это мнение. Он доказал, что в Древней Руси пили очень мало. Лишь на избранные праздники варили медовуху, брагу или пиво, крепость которых не превышала 5-10 градусов. Чарка пускалась по кругу, и из нее каждый отпивал несколько глотков. В будни никаких спиртных напитков не полагалось, и пьянство считалось величайшим позором и грехом. Но с 16-го столетия начался массовый завоз из-за границы водки и вина.

При Иване IV и Борисе Годунове учреждаются «царевы кабаки», приносящие массу денег в казну. Тем не менее, уже тогда пытались ограничить потребление спиртных напитков. Так в 1652 году вышел указ «продавать водку по одной чарке человеку». Запрещалось выдавать вино «питухам» (т.е. пьющим), а также всем во время постов, по средам, пятницам и воскресеньям. Однако из-за финансовых соображений вскоре была внесена поправка: «чтобы великого государя казне учинить прибыль, питухов с кружечного двора не отгонять», чем фактически поддерживалось пьянство. С 1894 года продажа водки стала царской монополией. Одним из темных пятен прошлого, следы которого еще сохранились у нас, являются пьянство и алкоголизм.

Россия в смысле употребления спиртного страна более чем особая. Тут свои, увы, печальные традиции, свои стандарты. Превалирует у нас употребление в виде «ударных доз»: большое количество спиртного в сжатые сроки. Иначе говоря, в России доминирует самый неблагоприятный, так называемый «северный» тип питания. И пьем мы исторически все больше и больше. Если в 1913 году продавалось 3,4 литра на человека в год, то в 1927 – 3,7. К концу 1940 года госпродажа, правда снизилась до 2,3 литра, а к 1950 упала до 1,9 литра. Но зато потом только стремительный рост, и каждый всплеск рекордный. Официально мы приблизились к мировым «питейным стандартам». А неофициально? На сегодня потребление спиртных напитков на земном шаре характеризуется колоссальными цифрами.

Польза или вред?

Многие неоднократно слышали выражение: «выпьем, согреемся». Считается, что спирт является хорошим средством для согревания организма. Недаром спиртное часто называют «горячительными напитками». Считается, что спирт обладает лечебным действием не только при простудных, но и при целом ряде других заболеваний, в том числе желудочно-кишечного тракта, например при язве желудка. Врачи же наоборот считают, что язвенному больному категорически нельзя принимать алкоголь. Где истина? Ведь небольшие дозы спиртного действительно возбуждают аппетит. Или другое, бытующее среди людей убеждение: алкоголь возбуждает, взбадривает, улучшает настроение, самочувствие, делает беседу более оживленной и интересной, что немаловажно для компании молодых людей. Недаром спиртное принимают «против усталости», при недомоганиях, и практически на всех празднествах.

Существует мнение, что алкоголь является высококалорийным продуктом, быстро обеспечивающим энергетические потребности организма, например, в условиях похода и т.п. А в пиве и сухих виноградных винах к тому же есть целый набор витаминов и ароматических веществ. В медицинской практике используют бактериостатические свойства спирта, употребляя его для дезинфекции (при уколах и т.п.), приготовления лекарств, но отнюдь не для лечения болезней. Итак, алкоголь принимают для поднятия настроения, согревания организма, предупреждения и лечения болезней, как дезинфицирующее средство, а также как средство повышения аппетита и энергетически ценный продукт. Где правда и где заблуждение?

Один из пироговских съездов русских врачей принял резолюцию о вреде алкоголя, в которой говорилось: «Нет ни одного органа в человеческом теле, который бы не подвергался разрушительному действию алкоголя. Алкоголь не обладает ни одним таким действием, которое не могло быть достигнуто другим лечебным средством, действующим полезнее, безопаснее и надежнее, нет такого болезненного состояния, при котором необходимо назначать алкоголь на сколько-нибудь продолжительное время».

Так что рассуждения о пользе алкоголя - довольно распространенное заблуждение. Взять хотя бы очевидный факт: возбуждение аппетита после стопки водки или вина. Но это только на короткое время, пока спирт вызвал «запальный сок». В дальнейшем прием алкоголя, в том числе пива, только вредит пищеварению. Ведь спиртное парализует действие таких важных органов как печень и поджелудочная железа.

Выдающийся психиатр и общественный деятель, борец с алкоголизмом, академик В. М. Бехтерев так охарактеризовал психологические причины пьянства: «Все дело в том, что пьянство является вековым злом, оно пустило глубокие корни в нашем быту и породило целую систему диких питейных обычаев. Эти обычаи требуют питья и угощения вином при всяком случае».

Потребность в алкоголе не входит в число естественных жизненных потребностей человека, как, например, потребность в кислороде или пище, и потому сам по себе алкоголь не имеет побудительной силы для человека. Потребность эта, как и некоторые другие «потребности» человека, например, курение, появляется потому, что общество производит данный продукт и «воспроизводит» обычаи, формы, привычки и предрассудки, связанные с его потреблением. Разумеется, что эти привычки не присущи всем в одинаковой степени.

Необходимо рассказать молодежи о том, как влияет алкоголь на женщин, так как женщинами, являющимися продолжательницами рода человеческого, закладывается здоровье будущих поколений. Состояние здоровья ребенка, подростка в какой-то мере определяет будущие возможности взрослого человека. Алкоголь, отрицательно сказываясь на здоровье женщины, нарушает и нормальное

функционирование ее половых органов. Злоупотребление алкоголем, разрушая организм женщины, истощает ее нервную и эндокринную системы и, в конце концов, приводит к бесплодию. Кроме того, женщины, злоупотребляющие алкоголем, нередко ведут беспорядочную половую жизнь, что неизбежно сопровождается воспалительными заболеваниями половых органов и оканчивается бесплодием. Состояние опьянения в момент зачатия может крайне отрицательно сказаться на здоровье будущего ребенка, так как алкоголь опасен не только для созревающих половых клеток, но может сыграть свою роковую роль в момент оплодотворения вполне полноценных (нормальных) половых клеток. Причем сила повреждающего воздействия алкоголя в момент зачатия непредсказуема: могут быть как легкие нарушения, так и тяжелые органические поражения различных органов и тканей будущего ребенка. Период от момента зачатия до 3 месяцев беременности врачи называют критическим в развитии плода, так как в это время происходит интенсивная закладка органов и формирование тканей. Употребление алкоголя может привести к уродующему воздействию на плод, причем повреждение будет тем сильнее, чем на более раннем этапе критического периода воздействовал алкоголь.

В медицинской литературе появился специальный термин, обозначающий комплекс пороков у детей, вызванных повреждающим воздействием алкоголя в период внутриутробного развития: алкогольный синдром плода (АСП) или синдром алкогольной фетопатии. Для АСП характерны врожденные аномалии развития сердца, наружных половых органов, нарушение функции центральной нервной системы, низкая масса тела при рождении, отставание ребенка в росте и развитии. У детей с синдромом алкогольной фетопатии характерные черты лица маленькая голова, в особенности лицо, узкие глаза, специфическая складка век, тонкая верхняя губа.

Употребление спиртных напитков опасно на всем протяжении беременности, так как алкоголь легко проникает от матери через плаценту по кровеносным сосудам, питающим плод. Воздействие алкоголя на плод в последующие месяцы беременности приводит к недоношенности, снижению массы тела рожденных детей, мертворождению. Кормящая мать должна помнить, что алкоголь оказывает крайне вредное воздействие на организм грудного младенца и в первую очередь на его нервную систему. Даже ничтожные дозы алкоголя, попадающие с молоком матери в организм младенца, могут вызвать серьезные нарушения в деятельности центральной нервной системы, а в отдельных случаях даже иметь необратимые последствия. Ребенок под воздействием алкоголя становится беспокойным, плохо спит, у него могут наблюдаться судороги, а в последующем и отставание в психическом развитии. Если же кормящая мать страдает хроническим алкоголизмом, и в организм младенца регулярно попадает алкоголь, то, помимо вышеупомянутых осложнений, у ребенка может возникнуть «синдром алкогольной зависимости грудного возраста». Подобные случаи описаны учеными прошлого и современными исследователями.

Раздел 2. Информация по итогам социологического исследования распространенности употребления алкоголя среди молодежи в Уральском федеральном округе.

Исследования распространенности употребления алкоголя среди молодежи УрФО проводилось в рамках подготовки к Форуму молодежи Уральского Федерального округа во всех субъектах Федерации, входящих в УрФО в сентябре 2009

года. Программа исследования и инструментарий разработаны **Молодежной палатой при Тюменской областной Думе** при поддержке информационно-аналитического управления областной Думы.

Опрос проводился в административных центрах, малых городах и селах по утвержденной выборке. Всего было опрошено 1246 человек.

494 респондента (40.2%) работают, 861 (69.1%) – учатся, в том числе 418 (33.5%) – в школе, 102 (8.2%) – в учреждениях начального и среднего профессионального образования, 341 (27.4%) – в вузе. 200 опрошенных совмещает учебу и работу.

1. Уровень потребления алкогольных напитков.

Исследование показало, что 59.6% опрошенных молодых людей употребляют алкогольные напитки, при этом в Тюменской области уровень употребления составляет 60.0%. Для сравнения, в Ханты-Мансийском округе этот показатель равен 71.2%, и самый низкий уровень употребления – 55.6% - в Курганской области. Тюмень отражает среднее значение, но это не дает нам повода для оптимизма.

Табл. 1

Пол	Вы употребляете алкоголь?	Возраст				Итого
		От 10 до 14 лет.	От 15 до 19 лет.	От 20 до 24 лет.	От 25 до 29 лет.	
мужской	да	32.8%	64.7%	70.8%	68.2%	61.1%
	нет	67.2%	34.8%	29.2%	31.8%	38.7%
	отказ от ответа	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%
	Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
женский	да	30.1%	60.8%	66.0%	66.7%	58.0%
	нет	69.9%	39.2%	34.0%	32.7%	41.9%
	отказ от ответа	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.2%
	Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

В Табл. 1 представлены данные уровня употребления алкоголя в разрезе пола и возраста (по УрФО). Поразительными выглядят значения потребления в почти детском возрасте – от 10-ти до 14-ти лет. Почти каждый третий подросток употребляет спиртные напитки. Пик потребления для юношей приходится на возрастную интервал 20-24 года, девушек – на 25-29 лет. Иными словами, девушки несколько позже «разогреваются» в плане потребления спиртного, но и почти не отстают от мужского пола. Разница в уровне потребления между молодыми мужчинами и женщинами составляет всего 2.1 %. Аналогичная разница и по всем возрастным интервалам. Вывод напрашивается сам собой: **молодые женщины догоняют своих сверстников мужчин по уровню потребления алкоголя**. С учетом того, что каждой молодой девушке, женщине предстоит в ближайшем будущем стать матерью, опасность нарастает в геометрической прогрессии.

Для сравнения – в 60-е, 70-е годы прошлого столетия первый прием алкоголя начинался с 16-17-ти лет, не ранее, а девушки выпивали значительно реже и были при этом старше. Среди девушек-подростков от 14-ти до 17-ти лет пьющих практически не было. Такое явление стало бы сенсацией среди поколения, которое сегодня стало родительским, и вошло в категорию еще не старых бабушек и

дедушек. В настоящее время это поколение стало пьющим на 90%. Если сравнить стартовые позиции сегодняшней молодежи и пролонгировать их в будущее лет на 30-40, то картина вырисовывается мрачная: более половины могут и не дожить до возраста 50-60 лет.

Поскольку в последние десять лет отмечается существенное снижение возраста знакомства с наркотиками и алкоголем, то проблема ранней алкоголизации и алкоголизма среди девочек-подростков становится весьма актуальной. В последних исследованиях отмечается рост распространенности алкоголизма среди подростков женского пола, а также более быстрое нарастание алкогольной симптоматики по сравнению с юношами-подростками.

2. Частота употребления алкоголя.

На вопрос «Как часто вы употребляете алкоголь?» 37.3% опрошенных (проценты приведены от числа тех, кто употребляет спиртное) ответили, что употребляют алкогольные напитки приблизительно раз в месяц, 36.0% - раз в неделю, 21.8% - 2-3 раза в неделю и 4.9% - ежедневно. Ниже приведены данные по частоте употребления алкоголя в зависимости от пола и возраста респондентов (см. Табл. 2).

Табл. 2

Пол	Как часто Вы употребляете алкоголь?	Возраст				Итого
		От 10 до 14 лет.	От 15 до 19 лет.	От 20 до 24 лет.	От 25 до 29 лет	
мужской	Каждый день	3.3%	7.8%	3.2%	11.3%	7.1%
	2-3 раза в неделю	16.7%	21.6%	28.4%	27.8%	24.9%
	1 раз в неделю	33.3%	28.4%	41.1%	27.8%	32.2%
	1 раз в месяц	46.7%	42.2%	27.4%	33.0%	35.8%
	Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
женский	Каждый день	0.0%	2.1%	3.5%	2.2%	2.4%
	2-3 раза в неделю	14.3%	23.7%	10.5%	20.9%	18.3%
	1 раз в неделю	23.8%	41.2%	50.0%	34.1%	40.3%
	1 раз в месяц	61.9%	33.0%	36.0%	42.9%	39.0%
	Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Мальчики в возрасте до 14-ти лет, пьющие каждый день – 3.3%, имеют все шансы стать молодыми алкоголиками к своему совершеннолетию. Всего ежедневно употребляющих алкоголь молодых людей – 7.1%, при этом 11.3% - в возрасте от 25-ти лет и старше. Не слишком радует факт, что девочек и девушек, не расстающихся со спиртным ежедневно, в три раза меньше – 2.4%. Их вообще не должно быть, так как постоянно пьющая молодая женщина не может родить здорового потомства.

Первая проба алкоголя обычно совпадает с каким-либо торжественным событием: день рождения (собственный, родителей, друзей), общенациональный праздник, свадьба. Алкогольное опьянение при первой пробе, как правило, легкой степени, хотя у 30% уже первая алкоголизация сопровождается выраженными симптомами интоксикации: головокружением, шаткостью походки, тошнотой и

рвотой. Регулярное употребление алкогольных напитков (не реже одного - двух раз в неделю) формируется в течение 1.5-2-х лет после первой пробы. Алкоголизация молодежи переносится из семейного окружения в различные группы несовершеннолетних.

3. Уровень употребления различных спиртных напитков.

Частота употребления различных алкогольных напитков в зависимости от пола респондента приведена в Табл. № 3. Мы видим, что ежедневное потребление пива – 83.3% как в мужской, так и в женской группе. Один только этот факт следует уже назвать вопиющим. Девушки не отстают от юношей в потреблении пива и 2-3 раза в неделю – 73.1% и 76.2% соответственно. Такой высокий уровень и частота потребления пива характерна для современной молодежи, ставшей жертвой разнузданной и высоко профессиональной рекламы пива. Именно реклама побуждает подростков пить пиво, которое затягивает в пучину алкогольной зависимости нашу молодежь, начиная с 14-тилетнего возраста, и даже раньше. Никогда за всю обозримую среди живущих ныне людей историю такого потребления не было. Не было его и раньше.

Достаточно пессимистично выглядит тот факт, что 12.5% молодых мужчин ежедневно потребляют и крепкие спиртные напитки. Это прямой и короткий путь к алкоголизму. Практически все они начинали с пива, постепенно увеличивая дозу. К пиву мы отнесем также суррогаты под маркой «крепкое пиво», которое представляет собой некое подобие «ерша» - адской смеси водки и пива. Часто подростки «полируют» пиво водкой, чтобы, как они говорят «догнаться», то есть войти в состояние сильного опьянения, сходного по природе к наркотическому состоянию измененного сознания. Легкое вино, шампанское при его относительно высокой стоимости не дает такого эффекта, к которому стремятся в основном мужчины. Возможно, именно по этой причине уровень потребления этой категории напитков у юношей значительно ниже – в среднем 9.5%.

Девушки предпочитают вина в три раза больше – 33.6%. Коктейли менее популярны и частота их употребления в мужской и женской группе соответственно 8.6% и 11.8%. Единственным облегчающим фактором является нулевое ежедневное потребление слабоалкогольных и крепких напитков в женской группе. Иными словами водку и вино девушки пьют не каждый день, но два-три раза в неделю могут - и таких 7.7%. В отношении крепких напитков женский пол в три раза устойчивей. Несмотря на низкий уровень потребления именно крепких спиртных напитков, общая тенденция говорит о том, что именно в этом направлении женщины могут догнать мужчин, если не принять превентивные меры по предотвращению женской алкоголизации.

Табл. 3

Пол	Что Вы пьете чаще всего?	Как часто Вы употребляете алкоголь?				Итого
		Каждый день	2-3 раза в неделю	1 раз в неделю	1 раз в месяц	
мужской	Пиво	83.3%	76.2%	64.8%	40.0%	60.1%
	Слабоалкогольные напитки (вино, шампанское)	0.0%	1.2%	7.4%	19.2%	9.5%

	Крепкие спиртные напитки (водка, виски, ром, коньяк)	12.5%	17.9%	17.6%	30.0%	21.7%
	Коктейли (в т.ч. готовые коктейли в магазинах)	4.2%	4.8%	10.2%	10.8%	8.6%
	Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
женский	Пиво	83.3%	73.1%	49.6%	31.3%	47.4%
	Слабоалкогольные напитки (вино, шампанское)	0.0%	15.4%	30.3%	47.3%	33.6%
	Крепкие спиртные напитки (водка, виски, ром, коньяк)	0.0%	7.7%	5.9%	8.9%	7.3%
	Коктейли (в т.ч. готовые коктейли в магазинах)	16.7%	3.8%	14.3%	12.5%	11.8%
	Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Современные подростки и молодежь, которые предпочитают легкие алкогольные напитки, могут сочетать с «легкими» наркотиками и другими ПАВ. В большинстве случаев они имеют опыт употребления легких наркотиков. На этапе групповой психической зависимости девушки в абсолютном большинстве предпочитают легкие алкогольные напитки (преимущественно пиво, джин-тоник, коктейли, шампанское, вина). На этапе сформированной зависимости относительно увеличивается удельный вес предпочтения крепких напитков, хотя легкие алкогольные напитки продолжают преобладать. Стираются половые различия в особенностях алкоголизма между юношами и девушками. Соотношение юношей и девушек, употребляющих легкие спиртные напитки, снижается, что свидетельствует о вероятном росте женского алкоголизма в будущем.

Следует отметить, что согласно данным исследований средняя доза принимаемого во время эксцесса алкоголя в пересчете на абсолютный этанол (количество мл 100% спирта в сутки) у злоупотребляющих легкими алкогольными напитками несколько выше, чем у предпочитающих крепкие напитки: 210 мл против 180 мл. Эти данные отражают общую тенденцию, отмечающуюся в подростковой популяции, когда предпочтение отдается легким алкогольным напиткам, употребление которыми зачастую превышает в абсолютном исчислении употребление дистиллятов.

По данным наркологов среднесуточное количество употребляемых легких алкогольных напитков в пересчете на чистый этанол превышает таковое у злоупотребляющих крепкие напитки. Это может способствовать быстрому переходу аддиктивного поведения в алкоголизм или иной вид зависимости (при сочетанном употреблении алкоголя и наркотиков). Это требует разработки современных подходов профилактики и психотерапии этой формы ранней алкоголизации.

4. Места употребления алкогольных напитков.

На вопрос «Где Вы обычно выпиваете?» получены разнообразные ответы. Чаще всего потребление алкоголя происходит дома – 36.6%. Следовательно, дома, в семье создана такая обстановка, которая располагает к выпивке. Многие ро-

дители сами разрешают взрослым детям выпивать дома, чтобы они «не бродили где попало». По их мнению, улица более опасна, ведь выпивший подросток может быть вовлечен в драку, грабеж, и сам может подвергнуться насилию. Вариант «на улице» - 34.4% молодежь понимает не только городские кварталы, но и лес, поле, дачу. Молодые люди часто выпивают именно на природе. Клуб, кафе или бар - специальные заведения, где распитие алкогольных напитков разрешено легально. Однако, для молодых людей посещение этих заведений обходится в копейку. Не все могут себе это позволить, и обычно там не достигается высокая степень опьянения. Так, всего 15.9% молодых людей посещают клубы, 13.1% выпивают в кафе или баре. Ниже приведены данные о месте употребления алкогольных напитков в зависимости от их качества, сорта и содержания в них чистого спирта. Таблица № 4 указывает на места распития алкогольных напитков в зависимости от их типа.

Здесь мы видим отражение некоторых традиций, которые сложились в обществе. Так, на улице чаще всего распивают пиво – 50.8%. Дома – преимущественно вина, шампанское – 55.3%. Ведь именно эти напитки сопровождают всякое праздничное застолье, и сложно себе представить распитие шампанского на улице или на природе. Готовые коктейли в банках также распиваются чаще всего на улице – 40.8%, потому что удобная упаковка не требует сервировки стола и посуды для розлива. В клубе, кафе или баре распиваются все виды напитков, в основном слабоалкогольные. Для крепких напитков (водка, коньяк) удобнее всего дом – 50.0%. Этот тип алкоголя в заведениях общепита покупать дорого, к тому же к ним требуется горячая и холодная закуска. Так принято, что вино и водку чаще пьют дома, а пиво, коктейли – на улице, в клубе или баре или же на природе.

Культура потребления алкоголя требует, чтобы питание было, прежде всего, умеренным, редким и сопровождалось хорошей сервировкой стола и закуской. Субкультура, которая принята в молодежной среде, значительно отдалена от такого способа употребления алкоголя. Если пить, где попало и что придется, без закуски, то опьянение приходит быстро, и в скором времени формируется зависимость.

Табл. 4

Где Вы обычно выпиваете?	Что Вы пьете чаще всего?				Итого
	Пиво	Слабоалкогольные напитки (вино, шампанское)	Крепкие спиртные напитки (водка, виски, ром, коньяк)	Коктейли (в т.ч. готовые коктейли в магазинах)	
На улице	50.8%	8.9%	15.3%	40.8%	34.4%
Дома	27.3%	55.3%	50.0%	18.3%	36.6%
В клубе	12.2%	15.1%	20.4%	31.0%	15.9%
В кафе, баре	9.7%	20.7%	14.3%	9.9%	13.1%
Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

5. Причины употребления алкоголя.

Употребляющие алкоголь опрошенные молодые люди объясняют это следующими причинами:

- это поднимает настроение – 36.4%;
- это расслабляет – 25.8%;

- привычка – 2.0%;
- пью за компанию – 21.7%;
- нечего делать – 4.1%;
- нужны эмоции – 3.6%;
- не могу веселиться без алкоголя – 2.4%;
- таков мой образ жизни – 4.0%.

Ниже в таблице № 5.1 приведены объяснения причин употребления алкоголя в зависимости от типа напитка.

Табл. 5.1

Вы выпиваете потому что...	Что Вы пьете чаще всего?				Итого
	Пиво	Слабоалкогольные напитки (вино, шампанское)	Крепкие спиртные напитки (водка, виски, ром, коньяк)	Коктейли (в т.ч. готовые коктейли в магазинах)	
Это поднимает настроение	41.3%	30.2%	28.6%	36.2%	36.4%
Расслабляет	23.6%	27.7%	36.2%	17.4%	25.8%
Привычка	3.0%	0.6%	1.0%	1.4%	2.0%
Пью за компанию	19.0%	32.1%	14,3%	23.2%	21.7%
Нечего делать	4.6%	0.6%	5.7%	7.2%	4.1%
Нужны эмоции	2.4%	4.4%	1.9%	10.1%	3.6%
Не могу веселиться без алкоголя	2.4%	1.9%	2.9%	2.9%	2.4%
Таков мой образ жизни	3.5%	2.5%	9.5%	1.4%	4.0%
Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %

Доминирующие причины – повышение настроения в кругу друзей (за компанию). Молодые люди часто встречаются, так как именно в этом возрасте происходит выбор спутника жизни, встречи, знакомства. Эти позитивные побуждения заставляют собираться молодежь «в стаи», где уже для подъема настроения начинается распитие напитков. Могут ли молодые люди веселиться без алкоголя? Конечно же, да, так как гормональный уровень в этом возрасте достаточно высок и не требует стимуляции. Основной причиной, которая кроется за ширмой «собраться- повеселиться (оттянуться)», по мнению психологов, является необходимость стереть рамки приличия, раскрепоститься, снять комплексы. И эта потребность чаще всего бывает вполне обоснованной. Недостаток воспитания в школах приводит к формированию группового комплекса зажатости в общении. Если молодежь легко общается через Интернет, свободно владея «аськой» и техникой СМС -сообщений, то при необходимости общаться лично (в натуре), происходит обратный эффект. Пока по кругу не пойдет одна бутылка пива за другой, молодые люди порою не знают, о чем говорить. Они не обсуждают театральные спектакли, современных поэтов, далеки от политики, как это было в советские годы. Предмет разговоров современной молодежи существенно отличается от содержания разговоров предшествующих поколений. Они обсуждают автомобили, мотоциклы,

моду, прически, компьютерные игры и программы. Высоко ценится юмор, умение быть смешным, вызывать смех, острить. Споры и диспуты уже не столь популярны, а выглядеть умнее других, цитировать, приводить аргументы, порою просто неприлично. Быть как все – вот главный корень зла и предтеча причин, побуждающих пить «за компанию». Кто не пьет - «белая ворона». Однако эта традиция была и прежние времена. От сути разговоров в общении ситуация практически не зависит.

Причины, побуждающие людей пить, делятся на две больших категории: на радости и от горя. Депрессивная составляющая в последние десятилетия резко увеличилась. Молодежь попала в такие сложные социально-экономические условия, в которых ей сложно трудоустроиться, купить квартиру, машину, обеспечить семью и детей. Все стало платным: образование, здравоохранение, ДДУ, жилье. Цены на продукты питания относительно цен на другие товары выросли кратно. Многие молодые люди чувствуют, что у них нет будущего, что они – потерянное поколение. Высокий уровень стрессов, которому способствует массированная информационная атака телевидения, кино, радио, СМИ, Интернета. В погоне за прибылями, СМИ активно злоупотребляют криминальными и депрессивными сюжетами, наполненными насилием, безнадежностью, плохими отношениями между героями, мистикой. Постоянное социально-экономическое давление и информационная атака побуждают молодых людей искать способы расслабления, и они находят их в алкоголе и наркотиках. Так желание расслабиться набирает в среднем 25.8%.

В данном исследовании 4.0% респондентов указали причину питья в том, что это их образ жизни. Некоторым просто нечего делать, их жизнь скучна, им нужны эмоции, которые они получают вследствие приема алкоголя. Привычкой потребление алкоголя стало у немногих молодых людей – всего 2.0 %. По статистике именно такова доля реальных алкоголиков в стране. Создается впечатление, что молодежь в плане потребления алкоголя не отстает от старшего поколения, а в потреблении пива даже и опережает его.

В таблице № 5.2 приведены объяснения причин употребления алкоголя в зависимости от возраста респондента.

Табл. 5.2

Вы выпиваете потому что...	Возраст				Итого
	От 10 до 14 лет.	От 15 до 19 лет.	От 20 до 24 лет.	От 25 до 29 лет	
Это поднимает настроение	37.1%	38.1%	41.3%	29.5%	36.4%
Расслабляет	27.4%	20.3%	29.1%	30.0%	26.3%
Привычка	0.0%	2.1%	1.0%	3.4%	2.0%
Пью за компанию	24.2%	25.0%	16.5%	21.3%	21.4%
Нечего делать	6.5%	4.2%	2.9%	4.3%	4.1%
Нужны эмоции	1.6%	4.2%	3.4%	3.4%	3.5%
Не могу веселиться без алкоголя	0.0%	3.0%	1,9%	2.9%	2.4%
Таков мой образ жизни	3.2%	3.0%	3.9%	5.3%	3.9%
Итого	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Примечательно, что 3.2% подростков от 10-ти до 14-ти лет в оценке своего образа жизни дают примерно такой же результат, как и более старшие группы. Откуда у детей мог сложиться именно такой «образ жизни»? По всей видимости, это образ жизни их родителей, всей семьи, в которой они росли и воспитывались. В этом возрасте алкоголь еще не вошел в кровь настолько, чтобы стать привычным – 0.0%. Остальные ответы по возрастным группам мало различаются. Наши подростки настолько компанейские, что пить за компанию у них - вполне знакомое дело.

Иногда уже первое знакомство с алкоголем подростки оценивают как «новый стиль жизни», отсюда и «культивирование» состояния опьянения. При регулярном употреблении алкоголя (до 2–3 раз в месяц) устойчивость подростка к действию алкоголя начинает возрастать. Это воспринимается в компании сверстников как признак особой «силы и крепости», отличающий лидера. Стиль жизни, принятый в «алкогольной» компании, ошибочно воспринимается как естественный и нормальный. Нормой поведения считается употребление спиртных напитков в выходные дни, при встрече с друзьями и т.д.

Употребление спиртного становится патологически необходимым атрибутом времяпрепровождения, расширяется спектр поводов и мотивов пьянства: «пью для повышения настроения», чтобы «развеселиться», «приятно пить» и т.д. Складывается такой стереотип поведения, когда все жизненные проблемы решаются и порождаются употреблением спиртного. Пьют для того, «чтобы отключиться», «забыть неприятности» и т.д.

Самостоятельно или по совету старших подростки открывают для себя возможность приемом небольших доз спиртного снять на время неприятные явления алкогольной интоксикации (состояния похмелья). Некоторые из юношей, опять-таки усваивая алкогольные обычаи, принятые в компании, рано знакомятся с различными суррогатами алкоголя.

Среди злоупотребляющих алкоголем подростков доминируют личности, особенности характера которых позволяет им занимать лидирующие позиции в группе. Опасность данной ситуации представляется в том, что именно потенциальные лидеры будут способствовать вовлечению в потребление алкоголя и других психоактивных веществ остальных подростков.

Для несовершеннолетних пьющих характерны такие проявления эмоций как наигранность, бесцеремонность, развязность, бахвальство, которые легко сменяются подавленностью, беспомощностью и пассивным подчинением. Они затрудняются прогнозировать события, теряют способность реагировать на стимулы прошлого и будущего, не могут вырваться из плена сиюминутных переживаний и побуждений, живут одним днем. У них наблюдаются легковесность и поверхностность суждений, излишняя словоохотливость, повышенная самооценка.

6. Основные стимулы к прекращению употребления алкоголя.

Что может побудить молодых людей к прекращению или сокращению потребления алкоголя? Результаты ответов на данный вопрос распределились следующим образом (в порядке убывания значимости):

1. Создание семьи – 29.4%.
2. Угроза здоровью – 26.2%.
3. Повышение стоимости алкоголя – 13.3%.
4. Интересное дело – 13.3%.
5. Наличие водительского удостоверения – 7.1%.
6. Продажа алкоголя только в специализированных магазинах – 6.5%.

7. Ужесточение требований к продаже алкоголя – 2.4%.

8. Запрет распития на улице и в общественных местах – 2.0%.

Одними запретами решить проблему не представляется возможным. Мы уже знаем, чем закончилась история с введением «сухого закона». Тем не менее, существенные результаты можно получить, если, например, запретить рекламу пива аналогично тому, как она запрещена на продажу водки, вина, коньяка и табака. Мы проводили специальное расследование в отношении пивной рекламы и отметили ряд особенностей. Эта реклама, выполненная на высочайшем профессиональном уровне, является широким порталом ввода в алкоголизм молодого поколения, которое называют поколением «пепси». Скорее всего, современная молодежь - «поколение пива». Изготовители пивной рекламы учитывают любые психологические критерии – запоминаемость, привлекательность, информативность, побудительность. Именно через пиво, которое в рекламе ассоциируется со всеми радостями жизни (сексом, физической силой, уверенностью в себе, силой духа, здоровьем, счастьем, дружбой и т.д.) молодое поколение попадает в цепкую липкую паутину алкоголизма.

По мнению экспертов Общественного совета г. Тюмени пиво необходимо признать алкогольным продуктом и запретить его рекламировать на государственном уровне. Но пока, к сожалению, эта реклама буйствует на всех каналах телепередач.

Примером законной борьбы с пивной рекламой можно считать деятельность Тюменского Управления федеральной антимонопольной службы (УФАС). Только за 2009-й год ими было выявлено 17 фактов незаконного размещения рекламы пива, в том числе в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных учреждениях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях и так далее. Эта пресловутая реклама проникла во все сферы нашей жизни. Всего за нарушение рекламного законодательства, направленного на обеспечение здорового образа жизни детей и молодежи, развитие физической культуры и спорта, духовного и творческого потенциала, а также нравственного и патриотического воспитания несовершеннолетних и молодежи возбуждено и рассмотрено 41 административное дело. Нарушителям предписаны большие штрафы.

Выполненные с помощью мультипликации (анимации) видеоролики антиалкогольной и антинаркотической направленности порою имеют негативный, отталкивающий образ героев, воспринимаемый подростками как комикс (карикатура), имеющий обратный эффект. Все, что побуждает пить – выполнено талантливо и интересно, в то, что должно отталкивать от потребления – бездарно и тупо. Естественно, такие ролики были запрещены к распространению.

Представители Молодежной общественной Палаты при Тюменской областной Думе считают, что необходимо усилить социальную рекламу, пропагандирующую здоровый образ жизни. По их мнению, это позволит сформировать трезвое общество.